

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Ramayana Agro Mandiri, merupakan industri makanan yang sebagian orang telah mengenal produknya sebagai Ramayana Agro Mandiri, memproduksi beraneka macam olahan buah apel, seperti keripik apel. Ramayana Agro Mandiri yang berlokasi di Jl. Kopral Kasdi Desa Bumiaji, Kota Wisata Batu, Jawa Timur. Waktu penelitian dimulai pada bulan oktober-selesai. Pemilihan tempat penelitian ini dilakukan secara sengaja atau *purposive* sesuai dengan penelitian yang telah diamati, hasilnya usaha ini tergolong usaha yang berkembang namun penerapan strategi pemasaran yang belum efektif.

3.2 Metode Penentuan Responden

Metode penentuan responden menggunakan *purposive sampling* atau sampel yang dilakukan secara sengaja didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. Responden dalam penelitian ini yaitu sebagai narasumber dengan memberikan informasi yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Narasumber responden dalam penelitian ini yaitu *owner* atau pemilik sebagai *key informan* di dalam keberhasilan suatu usaha yang mengetahui informasi UKM Ramayana Agro Mandiri. Tujuan mengetahui faktor eksternal juga perlu dilakukan untuk mengatasi tujuan permasalahan dengan menggunakan *accidental sampling* yaitu responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti sesuai ciri-ciri dan karakteristik data penelitian, maka melibatkan konsumen.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian dan pengerjaan skripsi adalah data primer dan data sekunder. Data ini akan membantu peneliti untuk memperoleh informasi yang akan diteliti sesuai dengan rumusan masalah dan tujuannya.

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari narasumber melalui wawancara, dan melakukan observasi lapang untuk mengetahui fenomena yang terjadi secara langsung. Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dari pihak pertama, dan dapat berupa dokumentasi atau referensi lain dari internet, maupun dari literatur yang dapat mendukung penelitian ini.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia, dalam arti data ini sudah dikumpulkan orang lain, institusi lain, ataupun peneliti sendiri sebelumnya. Data sekunder dapat diperoleh dari jurnal-jurnal penelitian yang berhubungan dengan pemasaran, literatur, media massa ekonomi, buku maupun tulisan yang berhubungan mengenai bauran pemasaran, hasil wawancara atau data secara langsung dari sumber yang ada yaitu di Ramayana Agro Mandiri.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada kegiatan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran dengan menggunakan beberapa metode, sebagai berikut :

1. Observasi

Metode pengumpulan data penelitian observasi ini dilakukan dengan melihat kejadian secara langsung melalui pengamatan terhadap lokasi dan obyek yang akan diteliti sehingga dengan dilakukannya observasi didapatkan gambaran yang jelas mengenai lokasi dan obyek yang akan diteliti. Observasi dalam penelitian ini, yaitu melakukan kegiatan pra survei ke tempat penelitian. Peneliti dengan berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan.

2. Wawancara

Metode pengumpulan data penelitian melalui wawancara ini dilakukan setelah peneliti mengetahui terhadap lokasi dan obyek dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber. Metode wawancara ini juga mendukung peneliti untuk memperoleh informasi lebih akurat. Peneliti akan mempersiapkan beberapa pertanyaan atau kuisisioner yang akan ditujukan kepada responden. Metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (*face to face*) untuk memperoleh informasi atau data secara lisan dengan tujuan mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian. Peneliti menjelaskan terlebih dahulu kepada responden mengenai permasalahan penelitian, kemudian menanyakan beberapa pertanyaan yang telah disusun peneliti kepada responden.

3. Kuisisioner

Metode pengumpulan data melalui kuisisioner ini akan membantu proses penelitian untuk memperoleh informasi. Kuisisioner akan dibuat secara terstruktur setelah melakukan observasi. Kuisisioner yang telah dibuat akan memudahkan

peneliti untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan akan dijelaskan secara lisan oleh responden.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan menganalisis atau melihat dokumen-dokumen yang dibuat oleh peneliti ataupun oleh responden tentang permasalahan dalam penelitian. Dokumentasi tersebut berbentuk *record* atau rekaman dan gambar. Dokumentasi yang diambil adalah sebuah kegiatan yang dilaksanakan oleh responden.

3.5 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan gambaran atau deskripsi tentang komponen penelitian berdasarkan analisis data. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena untuk menjawab tujuan pertama dengan penerapan strategi bauran pemasaran. Penelitian juga menggunakan SWOT karena untuk menjawab tujuan penelitian kedua dengan penerapan analisis matriks SWOT. Berikut gambaran dan analisis gambaran matriks SWOT :

Tabel 1. Gambaran Matriks SWOT

EFAS IFAS	<i>STRENGTHS</i> (S) Kekuatan	<i>WEAKNESSES</i> (W) Kelemahan
	<i>OPPORTUNITIES</i> (O) Peluang	<i>THREATS</i> (T) Ancaman
<u>STRATEGI SO</u> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<u>STRATEGI WO</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang	<u>STRATEGI ST</u> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman
<u>STRATEGI TO</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan ancaman untuk memanfaatkan peluang	<u>STRATEGI WT</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman	

IFAS (*internal strategic factory analysis summary*) dengan kata lain yaitu faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan disusun untuk merumuskan faktor-faktor internal dalam kerangka *strength and weakness*, sedangkan EFAS (*eksternal strategic factory analysis summary*) dengan kata lain faktor-faktor strategis eksternal suatu perusahaan disusun untuk merumuskan faktor-faktor eksternal dalam kerangka *opportunities and threath*.



